

## Проблема индивидуальной свободы: решение рынка

Чуманина Я.А.

Разрешение антиномий свободы всегда находилось в центре внимания любой культуры и ее дискурсов. Человек, разрывающийся между моральным долгом и собственным эгоистическим чувством, между невозможностью следовать принципу удовольствия и необходимостью - принципу реальности, это классический объект заботы мыслителей.

Применяя формулу «свобода - это осознанная необходимость» к социальности, мы получим воплощение индивидуальной свободы как следование предписанной обществом роли и подобающую своему классу, нации, полу стратегию. Однако осуществить эту возможность становилось все проблематичней. Разбив общинные, традиционные нормы, современность поставила индивида перед мучительной задачей построения собственной социальной идентичности. Каждый сам теперь должен ответить на вопросы «кто я такой», «как я должен жить», «кем я хочу стать»- и быть готовым в итоге принять ответственность за данные ответы. Таким образом, свобода становится амбивалентным благом: человек нуждается в ней, чтобы быть собой; но быть собой исключительно в силу собственного свободного выбора означает жизнь, полную сомнений и страха ошибки и непризнания.

Преодоление опасностей свободного выбора себя, надежный способ самопостроения предлагает потребительский рынок. Рыночный метод заключается в отборе символов идентичности из многообразия предлагаемых товаров. Отобранные символы можно сочетать любыми способами, что делает возможным огромное число «уникальных комбинаций». Для выражения фактически любого запроектированного «я» в продаже имеются доступные знаки.

Рыночный способ состоит в выстраивании «я» посредством образов. «Я» становится тождественным визуальным сигналам, которые посылаются другим на опознание и включают форму твоего тела, телесные украшения, тип и содержимое твоего дома, места, где ты бываешь и где тебя можно встретить, то, как ты себя ведешь и говоришь, то, о чем ты говоришь, твоя обычная еда и способ ее приготовления - и многие другие вещи, поставляемое рынком в форме материальных благ, услуг или знаний. Более того, отдельные сигналы поступают вместе с инструкцией, как их складывать в цельные образы. Ни один индивид не должен чувствовать себя неполноценным из-за бедности своего воображения - рынок предоставляет и образцовые идентичности, и на долю самого индивида оставлено только одно дело - выполнить инструкцию, вложенную в комплект.

Свобода выбирать себя становится реальным проектом, причем индивидуальной свободой, в ее потребительской версии можно пользоваться, не жертвуя уверенностью и безопасностью. Смещение сферы индивидуальной свободы от конкуренции за богатство и власть к символическому соперничеству создает новую возможность для самоутверждения, возможность,

которая не сталкивается с угрозой поражения. Рынок, предлагающий свободу, предлагает и уверенность, он предлагает индивиду право на «полностью свободный выбор»; однако он же предоставляет и социальное одобрение такого выбора. Одобрение выдается вместе с комплектом идентичности, подобно инструкции по сборке. Таким образом, потребительский рынок – это место, где свобода и уверенность предлагаются и приобретаются вместе; свобода дается отдельно от боли, а уверенностью можно наслаждаться, не теряя убежденности в своей субъективной автономии.

Снимается и, казалось бы, неразрешимое противоречие между принципом удовольствия и принципом реальности, «который... требует и проводит отсрочку удовлетворения, отказ от многих возможностей последнего» [Фрейд З. “Я” и “Оно”. Труды разных лет. Тбилиси, 1991. С. 142]. Замена труда, как оси, на которой вертится жизненный мир, потребительской свободой меняет эти антагонистические до сих пор отношения. Для потребителя реальность не враг удовольствия, реальность – это и есть погоня за удовольствием. Свобода, тогда, становится вопросом выбора между большим и меньшим удовольствием, а рациональность – выбором первого, а не последнего.